

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyanti, S., dan Rasmikayati, E. 2018. Studi Strategi Pemasaran Terbaik berdasarkan Perilaku Konsumen dalam Menghadapi Persaingan antar Kedai Kopi di Jatinangor. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. Vol. 4 (3): 856-872.
- Amaliawati, Lia & Murni, Asfia. 2014. —Pengaruh ASEAN-China Free Trade Area Pada Perdagangan Indonesia. *Jurnal FBM*. Universitas Widyatama, Bandung.
- Assauri, S. 2009. *Manajemen Permasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ansyari, I., Kusasi, F., dan Iranita. 2019. Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, Harga, Perceived Value dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Tanjung Sebauk. *Jurnal Program Studi Manajemen*.
- Ating Somantri dan Sambas Ali Muhidin. 2006. *Aplikasi Statistik Dalam Penelitian*. Pustaka Setia. Bandung
- Atmaja, D. P. 2013. Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya.
- Chrysanthini, B., Sumarwan, U., & Rifin, A. (2017). Preferensi Konsumen terhadap Produk Sayuran Organik (Studi Kasus Konsumen UD Fabela-Myfarm) di Bogor Jawa Barat. *Manajemen IKM IPB*, 12(2), 151–160.
- Dwiastuti, R. 2017. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian*. UB. Press. Malang.
- Engel, J. F., Roger, B, Miniard, & W., Paul. 1994. *Perilaku Konsumen*, Terjemahan oleh F.X. Budiyanto. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Fahrizal, M. 2014. Studi Etnografis Aktifitas dan Peran Kedai Kopi di Perumnas Simalingkar, Kecamatan Medan Tuntungan, Kota Medan. (On-line) repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/41927/5/Abstract.pdf.
- Freddy, R. 2005. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia. Jakarta.
- Ghoni, A., dan Bodroastuti, T. 2012. Pengaruh Faktor Buadaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Perilaku Konsumen (Studi pada Pembelian Rumah di Perumahan di Griya Utama Banjardowo Semarang). *Skripsi dipublikasikan*. Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala, Semarang.
- Ghozali, I. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro. Semarang.
- Hakimi, H. 2015. Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kentucky Fried Chicken Singaraja. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Singaraja.

- Harahap, A.F. 2017. Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen terhadap Baked Coffe Shop di Kota Bogor. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Jonathan, S. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Kementerian Pertanian. 2018. *Data Konsumsi Kopi Indonesia*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia, Jakarta.
- Kertajaya, H. 2002. *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Mizan Media Utama. Bandung.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2003. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Terjemahan oleh Damos Sihombing. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Kedua Belas Jilid 1*. Terjemahan oleh Bob Sabran M.M. Erlangga. Jakarta.
- Kuncoro, M. 2007. *Metode Kuantitatif Tepri dan Aplikasi untuk Bisnis, Edisi Ketiga*. UUP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Kurniawan, A. 2017. Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, Vol. 32 (1: 9-22).
- Kusmiati, Y. P. P dan Ati. 2019. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Produk Kopi Arabika Matt Coffee Di Kabupaten Bondowoso.
- Kusno, K., dkk. 2019. Identifikasi Faktor-Faktor Keputusan Konsumen dalam Membeli Kopi Arabika Manglayang Karlina di Warung Kopi Kiwari. *Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian*. Vol. 4(2).
- Lamb, C. W. 2001. *Pemasaran: Edisi Pertama*. Salemba Empat. Jakarta
- Monica, V. 2013 Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen *Anomali Coffe* di Kemang, Jakarta Selatan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Muhibbinsyah. 2001. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Mujahidah, K. 2013. Analisis Faktor dan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Yogya Bogor Junction. *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Indrasari, N. 2017. Pengaruh Cita Rasa, Nilai Gizi dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Yes Delivery di Plosokandang Tulungagung. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Vol. 1(7).

- Nuraini, Y dan E. B. Santoso. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Makanan Cepat Saji pada Lazizaa Chicken & Pizza Malang. *Jurnal Aplikasi dan Bisnis*. Vol 4 (2): 433-437.
- Prabasiwi, Y. P. dan A, Kusmiati. 2019. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Produk Kopi Arabika Matt Coffee di Kabupaten Bondowoso. *Journal Of Social And Agricultural Economics*. Vol 12 (2): 57-66.
- Prasodjo, A. 2016. Gaya Hidup Konsumen Warung kopi di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember. *Prosiding Seminar Nasional Dinamika Global: Rebranding Keunggulan Kompetitif berbasis Kearifan Lokal*. (On-line) <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/3647> diakses tanggal 29 Agustus 2020.
- Priyono, E. 2006. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Memilih Kafe di Kota Surakarta. *Jurnal Benefit*. Vol. 10(1). 49-65.
- Rasmikayati, Elly, *et.al*. 2017. Kajian Sikap dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Kopi serta Pendapatnya terhadap Varian Produk dan Potensi Kedainya. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Vol. 3(2): 117-133.
- Santoso, D.T.T dan Purwanti, E. 2013. Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang. Vol 6 (12).
- Shaharudin, M.R., Mansor, S.W., & Elias, S. J. 2011. Food Quality Attibutes Among Malaysia's Fast Food Customer. *Journal of International Business and Management*. Vol. 2 (1).
- Schiffman & Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi kedua. PT Indeks Gramedia. Jakarta.
- Stanley, I. 2009. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Coffe Shop Waroeng Kopi serta Implikasinya terhadap Strategi Pemasaran. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan. 2003. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. ANDI.
- _____. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sunarto. 2006. *Perilaku Konsumen*. Amus Yogyakarta. Yogyakarta.

- Suprianto, J. 2004. *Analisis Multivariat Arti & Interpretasi*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Umar, H. 2002. *Metode Penelitian: Aplikasi Dalam Pemasaran*. PT Gramedia. Jakarta.
- _____. 2005. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Wulandari, I. S. 2010. Perbandingan ekspor kopi dua pemasok utama dunia Indonesia dan Brazil: Sebuah analisis ekonomi data panel 2001-2006. *Jurnal UNISIA*. Vol. 33 (4): 3-16.
- Satyajaya, W., Rangga, A., Nurany, F., dan Rasyid, H. A. 2014. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen dan Atribut Produk Kopi Instan dalam Sachet. Vol.11
- Sari, Y. R. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempertimbangkan Konsumen dalam Memilih Kedai Kopi di Kota Purwokerto. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. UNSOED, Purwokerto.
- Supranto, J. 2004. *Analisis Multivariat Arti & Interpretasi*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Yulisa, L. *et.al*. 2013. Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Lampung terhadap Kopi Bubuk Instan Siap Saji. *Jurnal-Jurnal Ilmu Agribisnis*. Vol. 1 (4): 326-333 (*On-line*) <https://media.neliti.com/media/publications/13266-ID-perilaku-konsumsi-mahasiswa-universitas-lampung-terhadap-kopi-bubuk-instan-siap.pdf> diakses tanggal 29 Agustus 2020.